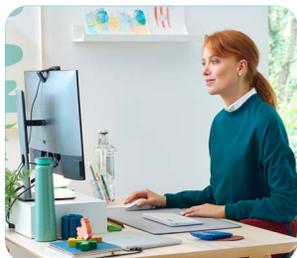
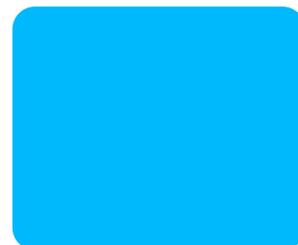


logitech



GUIDA DEL PROGRAMMA LOGITECH PARTNER CONNECT

EUROPE

SOMMARIO

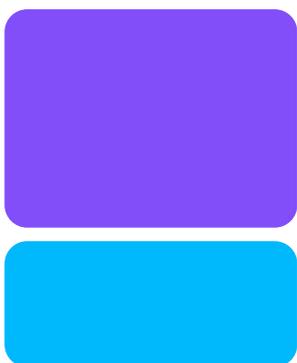
Benvenuto nel programma Logitech Partner Connect	3
Informazioni sulla guida	4
Periodo di validità	4
Tipi di partner	4
Percorsi per i partner	5
Sistema a tre percorsi	5
Selezione e assegnazione dei percorsi	6
Vantaggi per i partner	7
Sconti sui prodotti standard	8
Accesso al portale dei partner	8
Materiali di marketing	8
Materiale didattico	8
Elenco Partner Locator	8
Partecipazione alle promozioni	9
Idoneità della registrazione offerte	9
Fondi di sviluppo del mercato (MDF)	9
Logitech Exclusive Accelerator Program (LEAP)	9
Supporto collaborazione vendite	10
Global Deal Desk	10
Programma Not for Resale Demo Units (NFR)	10
Specializzazioni	10
Gestione dei partner	10
Partecipazione al comitato consultivo dei partner	10
Requisiti del programma	11
Entrate annue minime	11
Accordo per i partner	11
Corso di orientamento	12
Pianificazione aziendale congiunta	12
Invio dei dati di vendita (POS)	12
Allineamento al brand	12
Piani di marketing	13
Traguardi trimestrali di vendita	13
Revisioni trimestrali delle attività	13
Risorse per la formazione e lo sviluppo delle competenze	14
Modifica dello stato del percorso	14
Modifiche alla guida del programma	14
Informazioni su Logitech	15

BENVENUTO NEL PROGRAMMA LOGITECH PARTNER CONNECT

Logitech, leader nelle tecnologie che favoriscono la collaborazione, dà il benvenuto a te e alla tua azienda nel programma Logitech Partner Connect. Insieme, affronteremo le opportunità del mercato in continua espansione e le esigenze dei clienti in termini di collaborazione, produttività desktop e possibilità di lavorare ovunque.

Logitech ha progettato il nostro nuovo programma per i partner pensando a te, nostro partner. Per la prima volta, tutti i prodotti business e i modelli go-to-market di Logitech sono coinvolti in un unico programma per i partner. Ora potrai accedere ai prodotti e servizi B2B leader di mercato di Logitech. Vendere i nostri prodotti e offrire l'assistenza necessaria non è mai stato così semplice.

Il nuovo programma ti consente di scegliere come lavorare con Logitech. Il nostro framework basato su percorsi ti consente di scegliere come collaborare in base al tuo impegno, alle tue capacità e alla tua collaborazione.



Logitech è un'azienda incentrata sui partner. Riteniamo che il modo migliore per raggiungere e supportare i nostri clienti condivisi sia attraverso i nostri partner come te. Ci impegniamo a collaborare con i nostri partner per scoprire nuove opportunità ed espandere le relazioni con i clienti esistenti attraverso prodotti innovativi, servizi a valore aggiunto ed esperienze di livello superiore.

Questa guida è il punto di partenza per il nostro viaggio insieme.



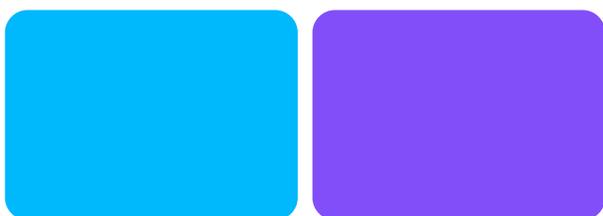


INFORMAZIONI SULLA GUIDA

La Guida del programma Logitech Partner Connect fornisce ai partner tutte le informazioni necessarie per comprendere i requisiti, le risorse e i vantaggi di essere un rivenditore partner Logitech. La presente guida è un complemento all'Accordo per i partner Logitech. Puoi consultare ulteriori informazioni su elementi, politiche e procedure specifiche del programma nel [portale dei partner](#). Per eventuali domande sul programma Logitech Partner Connect o sulle relative politiche, contatta il tuo CAM (Channel Account Manager) Logitech o invia un'e-mail all'indirizzo partnerprogram@logitech.com.

PERIODO DI VALIDITÀ

La Guida del programma Logitech Partner Connect riflette la struttura, le operazioni e le funzioni del programma per i partner a partire dall'1 ottobre 2023. Questa guida rimarrà valida fino a quando non sarà sostituita o modificata. Logitech continuerà a perfezionare la Guida del programma e a comunicare ai partner le modifiche apportate.



TIPI DI PARTNER

Il programma Logitech Partner Connect è pensato per i nostri partner che vendono a clienti aziendali e istituzionali. Logitech collabora con:

- Rivenditori a valore aggiunto
- Integratori di sistemi
- Fornitori di servizi gestiti
- Broker di servizi tecnologici
- Influencer di riferimento

La vendita di tutti i prodotti e servizi Logitech avviene tramite un modello di rivendita indiretta. I partner, indipendentemente dalla loro natura, sono rivenditori di prodotti Logitech.

PERCORSI PER I PARTNER

Il programma Logitech Partner Connect si basa su percorsi progettati per offrire ai partner la possibilità di scegliere come collaborare con Logitech. I percorsi variano in base alla produttività del partner nelle vendite e nella generazione di ricavi, alla competenza in termini di conoscenza dei prodotti e capacità tecniche e all'impegno nei confronti di Logitech. I percorsi ti offrono la possibilità di scegliere la tua esperienza Logitech.

Sistema a tre percorsi

Il programma Logitech Partner Connect prevede tre percorsi tra cui scegliere:

1

Premier

Un percorso aperto che consente ai partner di partecipare con un livello base di impegno e prestazioni.

2

Elite

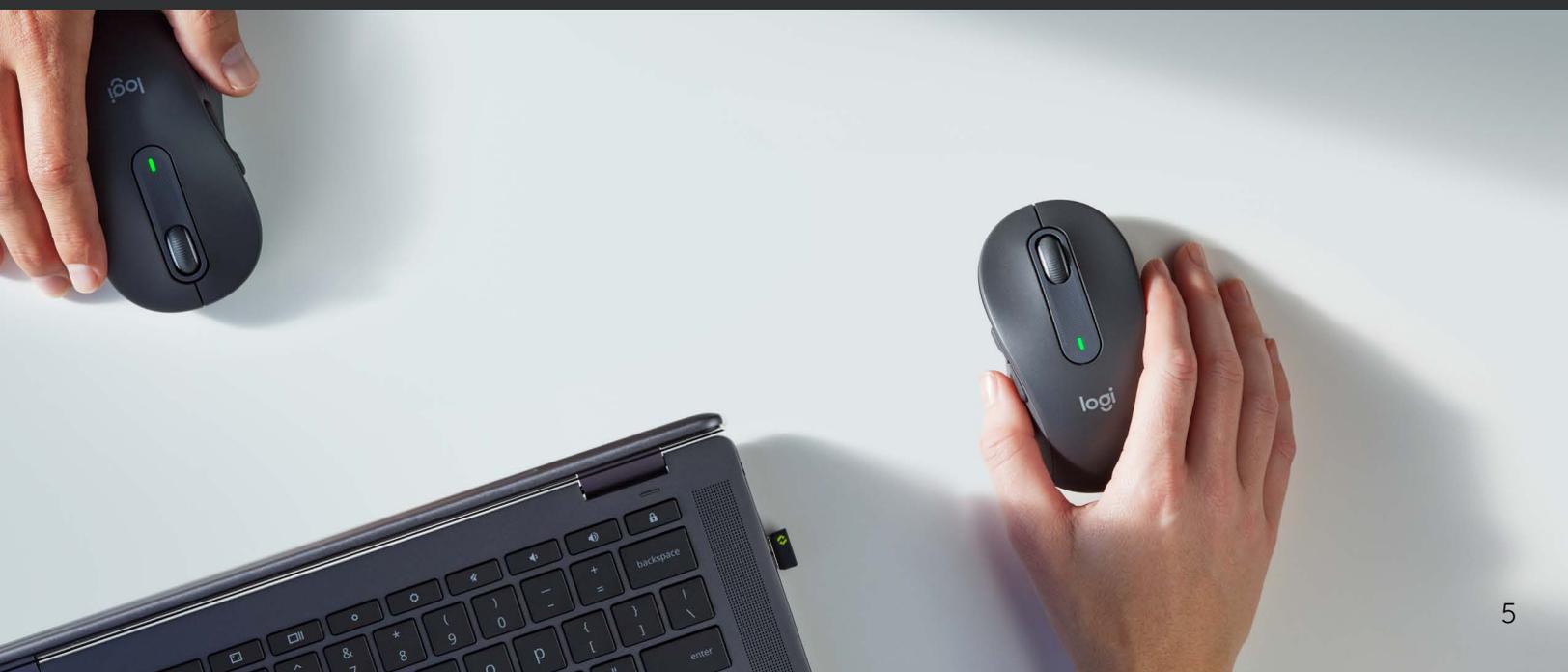
Un percorso per i partner più coinvolti che investono in prestazioni, competenze, funzionalità e coinvolgimento nella collaborazione Logitech.

3

Principal

Un percorso esclusivo per partner ad alte prestazioni e grande impegno, con accesso a più risorse e supporto.

La partecipazione a questi percorsi non è una decisione di Logitech, ma piuttosto una tua scelta. Se ti qualifichi per un percorso in base ai ricavi e ad altri requisiti, puoi scegliere di partecipare. Tuttavia, se decidi di non voler prendere determinati impegni o fare investimenti, puoi scegliere di partecipare a un percorso con meno requisiti. Dipende da cosa è meglio per la tua attività.

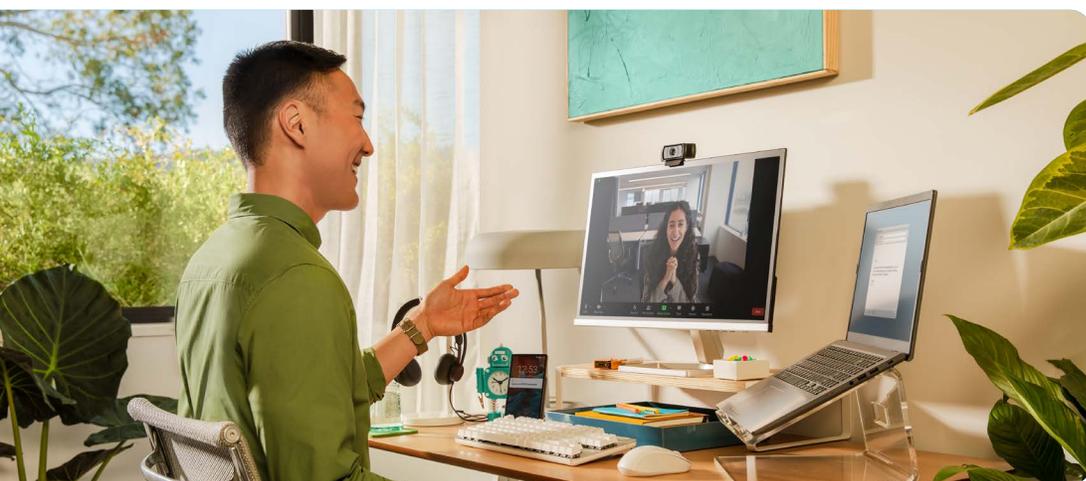


Selezione e assegnazione dei percorsi

La selezione del percorso avviene all'inizio di ogni anno fiscale Logitech (1 aprile). Logitech informerà i partner della loro idoneità a partecipare ai tre percorsi.

In occasione del lancio del nuovo programma, Logitech assegnerà automaticamente ai partner un percorso più in linea con le loro qualifiche. I partner avranno 60 giorni di tempo per chiedere di essere eventualmente riassegnati a un altro percorso. Logitech garantirà automaticamente la riassegnazione ai partner che chiedono l'inserimento in un percorso con requisiti di idoneità inferiori.

Logitech concederà la riassegnazione ai percorsi con requisiti più elevati solo su richiesta del partner e previa verifica che il partner soddisfi i requisiti di idoneità. Logitech è l'unico che può decidere l'assegnazione dei percorsi durante il passaggio e si riserva il diritto di posizionare i partner in modo unilaterale.



A partire dal 1° aprile 2024, i partner avranno 30 giorni per scegliere un percorso. I partner che non scelgono un percorso verranno assegnati a quello più di base. Una volta selezionato un percorso, i partner vi opereranno fino alla fine dell'anno fiscale Logitech (31 marzo). Logitech si riserva il diritto di spostare un partner al percorso inferiore in qualsiasi momento se questo non fornisce dati POS conformi.



VANTAGGI PER I PARTNER

Logitech offre ai partner di ogni percorso vantaggi in linea con i loro modelli di business, le capacità e la produttività. I nostri sistemi di incentivi monetari e vantaggi non monetari offrono ai partner l'opportunità di realizzare ricavi e profitti dalla vendita dei prodotti Logitech alle loro condizioni.

VANTAGGI

- Sconto prodotto base
- Portale (formazione/marketing)
- Ricerca partner
- Promozioni (SPIF)
- Deal Registration
- Fondi di sviluppo marketing
- LEAP (Sconto incentivo alla crescita)
- Assistenza marketing
- Collaborazione/supporto vendite
- NFR (demo programs)
- Specializzazioni
- Gestione dei partner
- Comitato consultivo per i partner

	PREMIER	ELITE	PRINCIPAL
Sconto prodotto base	●	●	●
Portale (formazione/marketing)	●	●	●
Ricerca partner		●	●●
Promozioni (SPIF)	Applicazione	●	●●
Deal Registration	●	●	●
Fondi di sviluppo marketing	Applicazione	Basato su un progetto	Basato su un progetto
LEAP (Sconto incentivo alla crescita)	●	●●	●●●
Assistenza marketing	Fai da te	●●	●●●
Collaborazione/supporto vendite	Dist/Help Desk	●	●●
NFR (demo programs)	●	●●	●●●
Specializzazioni	Applicazione	●●	●●●
Gestione dei partner		●●	●●●
Comitato consultivo per i partner		Su invito	Su invito



Sconti sui prodotti standard

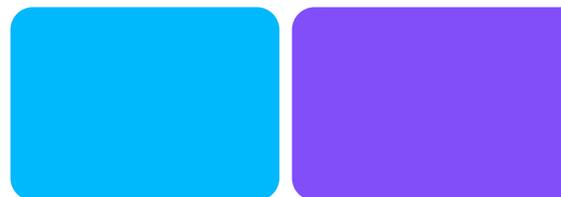
Tutti i partner ricevono sconti standard sui prodotti e servizi Logitech. Gli sconti sul prezzo di vendita consigliato dal produttore possono variare in base al tracciato e alla categoria. Gli sconti standard sono automatici per tutte le vendite dei partner Logitech. Gli sconti vengono applicati prima dell'applicazione dell'IVA, di tasse governative o altre tasse.

Accesso al portale dei partner

Tutti i partner possono accedere al [portale dei partner Logitech](#). Queste credenziali ti consentiranno di accedere a informazioni, risorse e strumenti che daranno vita alla nostra collaborazione.

Materiali di marketing

Tutti i partner hanno accesso alla vasta gamma di materiali di marketing di Logitech. Le risorse di marketing, presenti nel portale dei partner, aiutano i partner a promuovere i prodotti e le soluzioni Logitech, stimolare la domanda e generare ricavi.



Materiale didattico

Tutti i partner hanno accesso ai materiali e alle risorse per la formazione Logitech. Logitech dispone di una vasta raccolta di guide relative alla formazione sui prodotti e alla creazione di soluzioni.

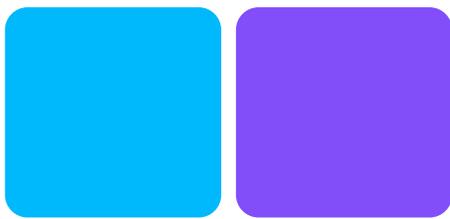
Elenco Partner Locator

I partner idonei saranno elencati nel Logitech Partner Locator, che aiuta i clienti a identificare facilmente i partner Logitech qualificati per supportare le loro esigenze in termini di prodotti e servizi Logitech. Partner Locator include i collegamenti al sito Web di un partner, consentendo ai clienti di contattarlo direttamente per ulteriori informazioni.



Partecipazione alle promozioni

I partner potrebbero essere idonei a partecipare a promozioni commerciali periodiche, ad esempio sconti speciali su prodotti e servizi esclusivi, programmi di sconti, SPIFF e altri incentivi a termine.



Idoneità della registrazione offerte

I partner possono richiedere la registrazione offerte, che premia i partner per aver scoperto e chiuso opportunità di vendita con nuovi clienti. Attraverso la registrazione offerte, i partner ricevono determinate opportunità e vantaggi economici per supportare il processo di vendita. Consulta le linee guida per la registrazione offerte nel portale dei partner per informazioni sull'idoneità e i requisiti.

Fondi di sviluppo del mercato (MDF)

I partner potrebbero essere idonei a utilizzare MDF per lo sviluppo di capacità aziendali e opportunità di vendita. L'MDF viene concesso attraverso una procedura di richiesta per usi approvati. I partner che si distinguono nel percorso potrebbero avere diritto ai fondi MDF accumulati. Consulta le linee guida MDF nel [portale dei partner](#) per maggiori dettagli.

Logitech Exclusive Accelerator Program (LEAP)

Il Logitech Exclusive Accelerator Program (LEAP) premia i partner qualificati in caso di prestazioni eccezionali nella generazione di ricavi autonoma. I partner partecipanti devono raggiungere gli obiettivi di ricavo come prescritto da Logitech e fornire reportistica POS conforme per poter ricevere gli incentivi LEAP.

Se un rivenditore raggiunge l'obiettivo, riceverà uno sconto basato su una percentuale di tutte le vendite di quel trimestre. Il tasso di sconto (percentuale sulle vendite lorde per trimestre) aumenta progressivamente per i livelli più elevati di generazione di ricavi. Consulta i termini e le condizioni LEAP per informazioni sull'idoneità e i requisiti alla partecipazione.



Supporto collaborazione vendite

I partner possono essere idonei per il supporto alle vendite, in cui i gestori degli account Logitech collaboreranno e supporteranno lo sviluppo e l'acquisizione di account strategici e di alto valore. La collaborazione di vendita viene svolta contestualmente a pianificazione aziendale e mappatura degli account.

Global Deal Desk

Il Global Deal Desk è riservato solo ai contratti con più aree geografiche e globali. I partner hanno accesso al Global Deal Desk di Logitech per sviluppare vendite complesse che richiedono un ulteriore supporto. Tramite il Global Deal Desk, i partner idonei con le opportunità adeguate possono ottenere supporto per l'identificazione, i preventivi e il coordinamento dell'evasione dei prodotti.

Programma Not for Resale Demo Units (NFR)

Tutti i percorsi dei partner possono acquistare con uno sconto i prodotti Logitech per dimostrazioni di vendita e per uso interno. Gli acquisti NFR sono limitati a un valore massimo a trimestre. Consulta la [politica NFR](#) per maggiori dettagli.



Specializzazioni

Il programma per i partner di Logitech offre ai partner l'opportunità di ricevere specializzazioni che ne riconoscono le capacità uniche e le proposte di valore. Attraverso le specializzazioni, i partner Logitech ricevono identificatori univoci che consentono loro di differenziarsi dalla concorrenza e diventare più facilmente identificabili per i clienti. Consulta la [politica sulla specializzazione in collaborazione video](#) per i requisiti tecnici e aziendali necessari.

Gestione dei partner

I partner nei percorsi Elite e Principal hanno CAM designati per coordinare e semplificare le attività di go-to-market tra Logitech e il partner. I CAM sono la prima linea di collaborazione tra Logitech e i partner e aiutano a garantire la conformità dei programmi e massimizzarne i vantaggi.

Partecipazione al comitato consultivo dei partner

Alcuni partner scelti possono partecipare mentre i partner migliori ricevono automaticamente gli inviti a partecipare al comitato consultivo dei partner (PAB, partner advisory board) di Logitech. Il PAB è un forum per lo scambio di informazioni di livello dirigenziale e la collaborazione strategica che si riunisce almeno due volte all'anno, una virtuale e una dal vivo. I partner non sono obbligati a far parte del PAB, ma sono tenuti a contribuire se accettano di farne parte. I membri riceveranno una guida separata sulla mission, le procedure e le aspettative del PAB.

REQUISITI DEL PROGRAMMA

Sebbene Logitech ti dia la possibilità di scegliere a quale percorso partecipare, la tua azienda deve soddisfare i requisiti di qualificazione. Di seguito sono riportati i requisiti di idoneità per ciascun percorso.

REQUISITI	PREMIER	ELITE	PRINCIPAL
Contratti con i partner	●	●	●
Entrate annue minime	●	●	●
Corso di orientamento	●	●	●
Pianificazione congiunta delle vendite		●	●
Certificazione di prodotto/tecnologia		●	●
Invio di dati sulle vendite (POS)	● *	●	●
Allineamento al brand	●	●	●
Piano di marketing	● *	●	●
Traguardi trimestrali di vendita			●
Revisioni trimestrali delle attività			●

*Obbligatori per partecipare a qualsiasi sconto o incentivo MDF, ove applicabile

Entrate annue minime

Ogni percorso ha un requisito di ricavo annuo minimo, che varia in base all'area geografica definita da Logitech. I ricavi vengono calcolati sulla base del valore netto totale (prezzo consigliato al pubblico meno sconti e altri incentivi pre-vendita) delle vendite dei prodotti e servizi Logitech durante l'anno fiscale Logitech. I team di gestione regionali di Logitech forniranno ai partner i valori di soglia dei mercati locali e regionali. I partner possono trovare linee guida sui valori di soglia dei ricavi anche nel [portale dei partner](#).

Accordo per i partner

Per ottenere l'autorizzazione a rivendere i prodotti Logitech nell'ambito del programma Logitech Partner Connect, un partner deve firmare l'Accordo per i partner Logitech. L'accordo stabilisce il rapporto legale, i parametri operativi, le limitazioni e i requisiti del partner in rapporto a Logitech. Nessun partner può partecipare al programma Logitech Partner Connect senza aver firmato l'accordo.

Corso di orientamento

Tutti i partner devono completare il programma di formazione iniziale/orientamento Logitech. Il programma di orientamento fornisce ai partner le conoscenze di base per diventare partner produttivi in un processo di go-to-market fluido.

Pianificazione aziendale congiunta

Tutti i partner Elite e Principal (e, in alcuni mercati, i partner Premier) sono tenuti a completare un piano aziendale congiunto con i propri CAM su base annuale. I partner devono inviare i piani annuali entro e non oltre 45 giorni dall'inizio dell'anno fiscale Logitech, che è il 1° aprile, o dal termine dell'inserimento nel programma. I partner che non inviano un piano aziendale congiunto potrebbero perdere l'idoneità a utilizzare alcuni vantaggi. Logitech fornisce ai partner una guida con le best practice per creare e massimizzare i vantaggi della pianificazione aziendale congiunta.

Invio dei dati di vendita (POS)

I partner devono inviare settimanalmente i dati del punto vendita relativi ai clienti finali, come prescritto dalla politica di invio dei dati di vendita disponibile nel [portale dei partner](#). Puoi inviare qualsiasi domanda su questa informativa all'indirizzo e-mail: channelcenterofexcellence@logitech.com



Allineamento al brand

I partner devono mostrare la propria affiliazione con Logitech sui propri siti Web pubblici. Per massimizzare la SEO, i partner devono seguire il protocollo del marchio Logitech e indicare Logitech come partner tecnologico, nonché i prodotti e servizi Logitech che vendono e qualsiasi servizio complementare offerto a supporto dei prodotti Logitech.

I partner che non rispettano adeguatamente il requisito di allineamento al brand non possono beneficiare dei fondi per lo sviluppo del mercato e dei vantaggi del programma di acquisto dei partner. Nel portale dei partner sono disponibili le politiche di conformità per l'allineamento al brand e una guida con le best practice.

Piani di marketing

I partner devono collaborare con il CAM Logitech per presentare un piano di marketing trimestrale che contenga dettagli sulle campagne che il partner si impegna a sviluppare per ottimizzare la domanda dei clienti e le opportunità di vendita. I piani devono contenere una descrizione dettagliata delle attività e degli obiettivi (risultati previsti) per poter beneficiare del rimborso MDF. Il piano di marketing deve essere in linea con il piano aziendale annuale e seguire le linee guida in conformità con il programma di finanziamento per lo sviluppo del marketing globale di Logitech.

Traguardi trimestrali di vendita

I partner devono raggiungere i traguardi trimestrali di vendita prescritti da Logitech per poter beneficiare degli incentivi agli sconti e partecipare al programma. I traguardi di vendita sono un mezzo per garantire che i partner siano in grado di soddisfare i loro requisiti di ricavo minimo annuo. I partner che non raggiungono tali traguardi per due trimestri consecutivi potrebbero essere trasferiti a un percorso inferiore.

Revisioni trimestrali delle attività

I partner parteciperanno a revisioni trimestrali delle attività con i propri CAM (Channel Account Manager) Logitech. Devono inoltre presentare la documentazione sulla performance basata sui loro piani aziendali e sull'andamento delle vendite almeno una settimana prima della riunione per la revisione trimestrale.



RISORSE PER LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Logitech offre a tutti i partner l'accesso a una serie di risorse self-service per la formazione e l'abilitazione progettate per aiutarti a comprendere meglio le caratteristiche e le funzioni dei nostri prodotti, i casi d'uso a valore aggiunto delle offerte Logitech e le procedure per creare soluzioni con prodotti complementari. Il portale dei partner Logitech fornisce tutti i tutorial, i riferimenti tecnici e le guide delle soluzioni.

MODIFICA DELLO STATO DEL PERCORSO

I partner Logitech possono selezionare o modificare il proprio percorso all'inizio di ogni anno fiscale Logitech. I partner possono selezionare qualsiasi percorso, purché siano in grado di soddisfare i requisiti minimi di idoneità. I partner che non soddisfano i requisiti minimi per l'attuale percorso potranno selezionarne un altro idoneo all'inizio del nuovo anno fiscale. Se un partner non seleziona un percorso, Logitech lo assegna automaticamente al percorso a cui è più allineato.

Eventuali cambi di percorso vengono effettuati all'inizio dell'anno fiscale Logitech e devono essere completati entro e non oltre 30 giorni dall'inizio dell'anno fiscale. Potrebbero esserci eccezioni a questi termini, ad esempio se un partner non soddisfa i requisiti di reportistica POS per un trimestre, il partner può essere trasferito a un percorso inferiore in qualsiasi momento a discrezione di Logitech.

MODIFICHE ALLA GUIDA DEL PROGRAMMA

Logitech si riserva il diritto di modificare la guida e le politiche del Programma per i partner a propria discrezione. Logitech aggiornerà questa guida e la distribuirà ai partner tramite il portale dei partner Logitech. Logitech comunicherà ai partner, con un preavviso di almeno 30 giorni, eventuali modifiche sostanziali al programma tramite il portale dei partner e un'e-mail.





INFORMAZIONI SU LOGITECH

Logitech aiuta tutte le persone a perseguire le proprie passioni e si impegna a farlo nel bene delle persone e del pianeta. Progettiamo soluzioni hardware e software che aiutano le aziende a crescere e unire le persone durante il lavoro, la creazione di contenuti, i giochi e lo streaming. I marchi Logitech includono **Logitech**, **Logitech G**, **ASTRO Gaming**, **Streamlabs**, **Blue Microphones** e **Ultimate Ears**. Fondata nel 1981 e con sede a Losanna, Svizzera, Logitech International è una società quotata in borsa presso il SIX Swiss Exchange (LOGN) e il Nasdaq Global Select Market (LOGI). Puoi trovare Logitech su www.logitech.com, il [blog dell'azienda](#) o [@logitech](#).

Logitech e altri marchi Logitech sono marchi o marchi registrati di Logitech Europe SA e/o delle sue affiliate negli Stati Uniti e in altri paesi. Tutti gli altri marchi appartengono ai rispettivi proprietari. Per ulteriori informazioni su Logitech e sui suoi prodotti, visita il sito Web dell'azienda all'indirizzo www.logitech.com.

